

ESTRUCTURA ACTIVITAT RP A ESPANYA I CATALUNYA

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Estructura Activitat RP a Espanya i Catalunya		
2. Àrea	CAP	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	<i>Troncal</i>	<i>Obligatòria x</i>	<i>Optativa</i>
4. Crèdits (ECTS)	2		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

a. Coneixement des d'una perspectiva professional, jurídic-social i econòmica de l'activitat professional de les Relacions Públiques a l'Estat Espanyol i Catalunya. Igualment d'alguns aspectes que afecten a la globalització de l'activitat.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Tema 1 **Les relacions públiques com a estratègia de gestió: la seva naturalesa i idiosincràsia**

Orígens i desenvolupament.

Antecedents culturals als EE.UU. i la seva implantació a Europa. Evolució històrica i implicacions de l'activitat professional en l'àmbit europeu.

Tema 2 **Els subjectes de les relacions públiques: promotors, executors i receptors.**

Anàlisi de l'estructura contemporània de las relacions públiques. Anàlisi de los diferents models: Lesly, Marston, Cutlip, Center, Grunig i Hunt.

Tema 3 **Els subjectes promotors: característiques i formes d'actuació**

Identificació dels subjectes promotors i dels seus públics.

Els diferents sistemes de "management".

Concepte i organització.

Les relacions públiques i la seva perspectiva en referència a la comunicació de les organitzacions.

Tema 4 **L'estructura departamental i les seves implicacions en l'organigrama de les organitzacions públiques i privades**

Classes i especificacions dels departaments de relacions públiques.

Formació del personal operatiu i els requisits tècnics necessaris.

Tema 5 **Els subjectes executors i la seva tipificació i característiques**

Nominalització davant les necessitats de la Direcció.
L'estructura de les agències de relacions públiques a Espanya i Catalunya.

Tema 6 Els subjectes receptors en el context de les relacions públiques

La identificació dels públics: els seus quatre tipus de vinculació.
Característiques i possibilitats de la teoria situacional en la identificació de públics.

Tema 7 Els aspectes normatius de l'organització de l'activitat de les relacions públiques a Espanya

El Registro Oficial de Técnicos en Relaciones Públicas del Ministerio de Información y Turismo creat pel Decret 24/IV/ 75.

Tema 8 Els aspectes normatius de l'activitat de las relaciones públicas a Catalunya

Anàlisi del Decret 146/1991, del 22 d'abril, pel qual es crea el Registre del cens de professionals de relacions públiques; i l'Ordre del 27 de juny de 1991, per la qual s'estableixen les normes de funcionament del Registre del cens de professionals de relacions públiques.

Llei 12/1998, de 5 de novembre de creació del Col·legi de Publicitàries i Publicitaris i Relacions Públiques: gènesi i connotacions sociològiques.

Tema 9 Anàlisi comparada dels diferents tipus de contractes emprats amb més freqüència a l'activitat professional de les relacions públiques

Objecte del contracte.

Durada.

Definició de les activitats a realitzar.

Drets i obligacions de l'agència / assessor.

Drets i obligacions de l'organització / client.

Litigis.

Tema 10 Deontologia i ètica a l'activitat de relacions públiques

El Codi d'Atenes.

El Codi de Lisboa (Adoptat oficialment per la Confederació Europea de Relacions Públiques.- CERP).

Aspectes comparatius amb els codis i normes professionals de la Public Relations Society of America (PRSA), i de la International Society of America (IPRA).

Tema 11 Models, característiques i possibilitats de la investigació de l'estructura de les relacions públiques i les diferents implicacions polítiques, econòmiques i socials

Fonts documentals i bibliogràfiques.

Tema 12 Les relacions públiques i els professionals a Europa

Anàlisi comparatiu de les associacions professionals de relacions públiques d'Europa.

Nombre d'agències i inversions del sector de les relacions públiques.

Activitats que realitzen i tendències que s'observen en l'activitat professional.

L'associacionisme i les agències: Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (Adecec), i

The International Committee of Public Relations Consultancies Associations (ICO).

2. Bibliografia comentada:

Bibliografia bàsica:

McManus, T. (1995): "Desarrollo en la investigación de las relaciones públicas europeas y su valor para los profesionales en ejercicio", en Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, nº 2, 2ª época.

Noguero, A. (1995): La función social de las relaciones públicas: historia, teoría y marco legal. ESRP-EUB, Barcelona

.....(1999): "Características principales de la actividad tipificada como industria de las relaciones públicas en España: Sujetos promotores y ejecutores", en Tratado de publicidad y relaciones públicas. Arceo, José Luís (Dir.). Instituto de la Comunicación Institucional y Empresarial de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Pp. 466-508.

.....(2000): "Relaciones Públicas: Evaluación de la calidad del servicio (Normas ISO 9000) y grado de satisfacción del cliente", en Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas, de la Universidad Complutense de Madrid. ICIE-Universidad Complutense, Madrid, vol. 7, pp. 55-92.

.....(2004): "Orígen y evolución de los servicios de relaciones públicas en España", en Las relaciones públicas en España, J. L. Arceo (Ed.). McGraw-Hill, Madrid.

Wilcox, Dennis L.; Autt, Philips H.; Agee, Warren K.; y Cameron, Glen T. (2001): Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas. Pearson Educación, Madrid. 6ª ed.

Bibliografia complementària:

European Public Relations Survey (1992): Editado por la Confederación Europea de Relaciones Públicas (CERP), n. 7, October 1994.

Grunig, J. E.; y Hunt, T. (1984): Managing Public Relations. Holt, Rinehart y Winston, Nueva York. Véase versión española (2000) Dirección de Relaciones Públicas. Gestión 2000, Barcelona.

Hollis Europe: The Directory of European Public Relations & PR. Networks.

Morgan, G. (1990): Imágenes de la organización. Ra-ma, Madrid.

Nager, N.R.; y Harrell, T. (1984): Public Relations. Management by Objectives. Longman, White Plans, N.Y.

Noguero, A. (1990): Relaciones públicas e industria de la persuasión. PPU, Barcelona.

.....(1994): "La historia de las relaciones públicas en España: 1954-1990", en Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, nº 1 2ª. Época.

Willems, J. (ed. (1993): Public Relations Education in Europe. CERP Education.

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

Dins la clàssica dinàmica de classe participativa, es pretén significar el coneixement de l'activitat professional de les Relacions Públiques en l'actualitat i la seva oportuna desvinculació de la "comunicació comercial". Tot això per tal d'estructurar en l'àmbit organitzacional les vinculacions proactives entre la Direcció de les organitzacions i les Relacions Públiques.

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Sistèmiques (Desenvolupar visió sòcio-històrica i econòmica) (Desenvolupar visió professional de la Publicitat i les RRPP)</i>	Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza. Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes. Comprendre les interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural.
<i>Valors Morals (Aplicar els principis generals de la deontologia professional en RRPP)</i>	Mostrar coneixement dels valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors.

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Del tema 1 al 6	<i>40% de la nota final</i>	Objecte de coneixement de les RR.PP. Subjectes de l'activitat de les RR.PP. Models aplicatius de les RR.PP. Organització i estructura dels gabinets.

Del tema 7 al 9	<i>40% de la nota final</i>	Formes jurídiques i estatutàries habituals al sector. Anàlisi del sector des de la perspectiva nacional de l'associació empresarial ADECEC. Estudis del Sector de 2002 i 2004. Demanda del mercat de treball professional. Comparativa Europa i Estats Units.
Del tema 10 al 12	<i>20% de la nota final</i>	Aspectes deontològics de l'activitats: codis ètics. Associacionisme professional.

Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatiu, complementa a la general d'assignatura)

Contingut per blocs temàtics	Competències escollides	Objectius en relació a la competència	Activitats docents (veure fitxes)			Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
			Presencials	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	
Bloc 1 Del tema 1 al 6	Tecnològiques Sistèmiques Valors Morals Desenvolupar una visió socio-històrica i econòmica Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques. Aplicar als principis generals de la deontologia professional en Publicitat i les relacions públiques.	Utilitzar el programari informàtic relacionat amb la gestió de la informació (gràfics, recollida i gestió de dades, presentacions, etc.). Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes. Comprendre les interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural.	Presentació. Descripció sessions. Sistema d'avaluació. Horari de despatx. Constitució de grups. Lliurament material acadèmic operatiu per al desenvolupament de l'assignatura: apunts documents i explicació del portfoli.	Anàlisi de la bibliografia. Programació activitats optatives. Presentació treballs tutories. Anàlisi de material gràfic i audiovisual	Visites, conferències. Treball en grup d'anàlisi.	40	20	4,5,6,9,10

		Donar coherència interna i externa al sentit de les accions pròpies. 43 Mostrar coneixement dels valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors.						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Bloc 2: Del tema 7 al 9	Sistèmiques Valors Morals	Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.	Lliurament de material acadèmic (documents i apunts)	Anàlisi documental i formularis per a la creació d'una agència/departament de RR.PP.: organigrames i funcions.	Elaboració d'un treball autoavaluatiu.	40	20	4,5,6,9,10
----------------------------	------------------------------	--	--	--	--	----	----	------------

Bloc 3 del tema 10 al 12	Sistèmiques Valors Morals	Donar coherència interna i externa al sentit de les accions pròpies. Adquirir un compromís ètic. Actuar en llibertat i corresponsabilitat, assumint referents ètics, valors i principis consistents. Mostrar coneixement dels valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors.	Lliurament de material vinculats a la deontologia en l'activitat de RR.PP.: codis d'ètica, l'associacionisme professional.	Debat en referència a la deontologia i ètica de les relacions públiques.	Treball de grup. Anàlisi bibliografia.	20	10	4,5,6,9,10
-----------------------------	------------------------------	---	--	--	---	----	----	------------